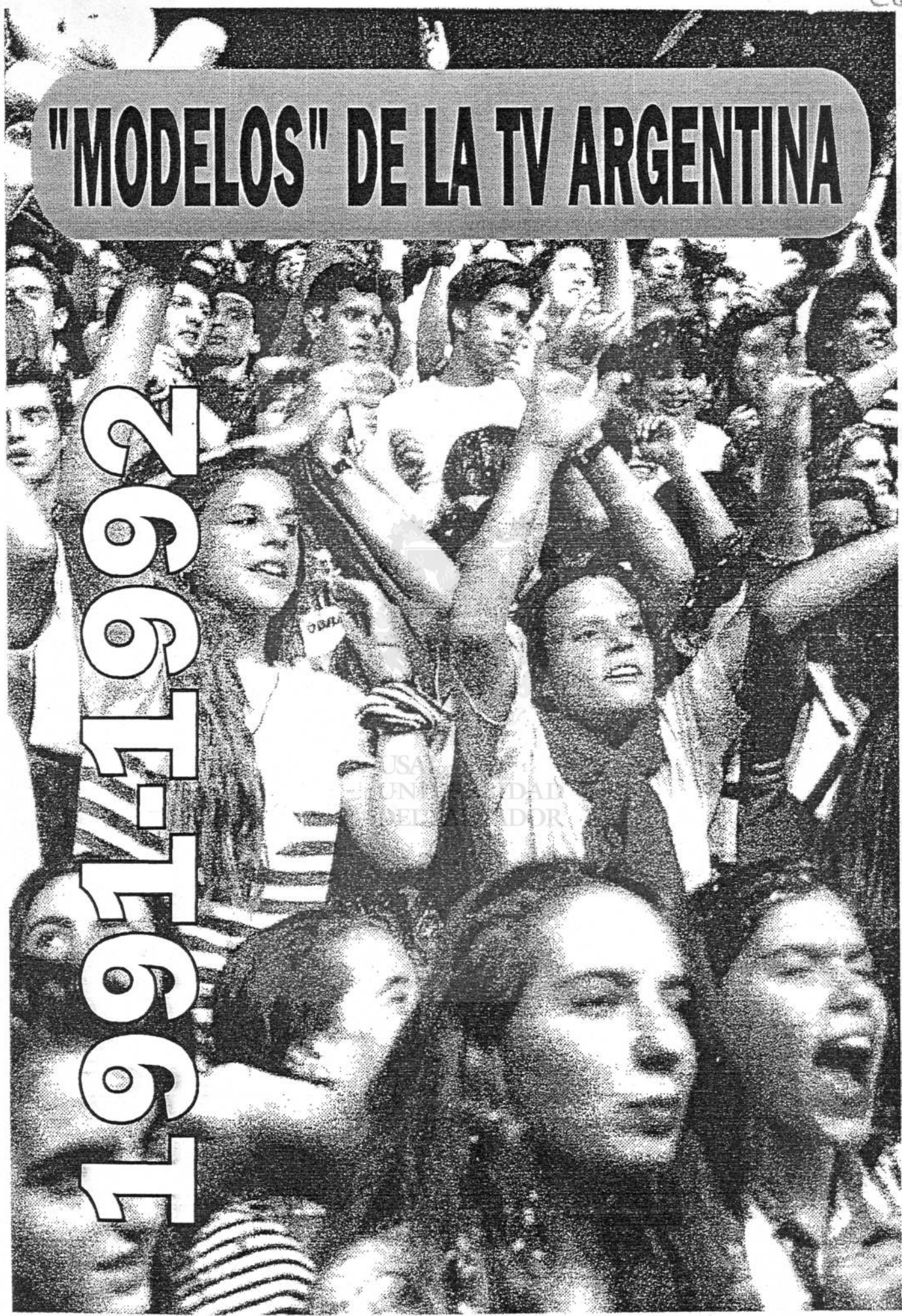


# "MODELOS" DE LA TV ARGENTINA

1991-1992  
61-62



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR.

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social.

Carrera: Publicidad.

Cátedra: Seminario de Investigación.

Titular: Profesor Juan Bautista González Saborido.

Alumno: Marino Javier Gustavo.

Tema: "Modelos" de la TV argentina (1991 - 1992).



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



INDICE

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

-Historia de la comunicación -----	1.
-¿Qué es la televisión? -----	4.
-La programación televisiva como (macro)discurso -----	6.
-El discurso televisivo -----	7.
-Simulacro de comunicación -----	12.
-Efectos de la recepción de la imagen televisiva -----	14.
-Características peculiares del mensaje de TV. -----	15.
-La realidad televisiva -----	16.
-El rito: ceremonia y súper-domingo -----	19.
-La iconoclasia: las imágenes al ataque -----	25.
-Lo videográfico -----	29.
-Mirando las noticias -----	34.
-Videopolítica y cultura -----	38.
-El videoclip, lenguaje, fin de siglo -----	42.
-El lenguaje de la TV. en la política -----	45.
-El espectáculo político -----	50.
-Las nuevas tecnologías de comunicación -----	52.
-¿Qué es un espectáculo? -----	53.
-Televisión: un espectáculo desimbolizado -----	58.
-Identificación narrativa -----	60.
-Identificación narrativa/Identificación imaginaria -----	67.
-Televisión: abolición de la palabra -----	69.
-El reinado del look -----	72.
-Sexualidad y estereotipos -----	88.
-Las teleídolas -----	95.
-Los actores de la política -----	103.
-La TV. como escenario y protagonista -----	107.
-La que cambia es la sociedad -----	109.
-El televidente y su pantalla -----	110.
-Niñas bonitas -----	111.

CONCLUSION: -----114.

BIBLIOGRAFIA: -----123.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

El presente trabajo pretende ofrecer un panorama actual del medio televisivo.

Me vi motivado a elegir este tema porque siempre he leído y se lee sobre los efectos, causas y consecuencias de la TV., pero no recuerdo haberlo hecho sobre quienes "nos transmiten" los conceptos y valores actuales. Estos "modelos" que surgen a través de este "compañero" que es el televisor...

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## AGRADECIMIENTOS.

Al finalizar este modesto trabajo, siento la necesidad de expresar mi profundo agradecimiento a todos aquellos que, tanto con su apoyo moral como profesional, hicieron posible que mi trabajo fuera realizado.

Así, mi reconocimiento al profesor Juan Bautista González Saborido quien me orientó en la finalización de esta investigación.

Del mismo modo, vaya mi reconocimiento a mis padres, abuelos y hermanos.

Un párrafo muy especial para la Srta. Daniela Andrea García, que tuvo mucho que ver en la concreción de este trabajo.

A mis seres queridos, muchas gracias.

Marino Javier Gustavo.



## INTRODUCCION

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



Este trabajo persigue un solo objetivo: comprender cómo a través de la TV, se puede influir en nuestra forma de ver y sentir.

Demostrar que lo que nos muestran y cómo lo hacen, nos impide salir de un sometimiento.

No pretendo demostrar que la TV. sea nociva o no. Aunque el tema se preste, tampoco debe atribuírsele ninguna intención polémica. Se han incluido comentarios críticos sobre la TV. actual, sólo para clarificar la presente argumentación.

Para desarrollar el tema he utilizado un diseño descriptivo-explicativo con la consulta de bibliografía especializada en el tema.



DESARROLLO

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## Historia de la comunicación: características principales.

### 1) Comunicación oral:

- la palabra es el medio de comunicación.
- se debe tener capacidad memorística para recordar el mensaje.
- se debe haber compartido la misma experiencia, mismo lugar.
- no hay diferencia entre analfabeto e instruido.

### 2) Comunicación escrita: con la aparición de la imprenta se logró que:

- no fuera necesario que el receptor compartiera el mismo lugar que el emisor.
- hay posibilidad de hacer un análisis lógico del mensaje. Se tiene la posibilidad de releer el texto. No hace falta memorizarlo.
- por supuesto, existe un requerimiento previo: SABER LEER.

### 3) Imagen en movimiento:

- el mensaje tiende a expresarse en suceso, no en conceptos. Estos son monótonos y aburridos.
- se alude a lo reiterativo. No hay análisis lógico.
- se transforma el aparato perceptivo del televidente y la concepción de la realidad.

En el mensaje televisivo cohabitan dos comunicaciones:

- A) por la **palabra** (oral/escrita).
- B) por la **imagen**.

En estas dos comunicaciones, existen diferencias:

en la COMPRENSION:

-por el lado de la palabra, se realiza por medio de un proceso SECUENCIAL LOGICO y RACIONAL.

-a través de la imagen, se realiza en "bloque" en un "todo" indiviso.

en el SABER:

-por la palabra, se produce un saber lógico (ya que da precisión al significado).

-a través de la imagen, se produce un saber intuitivo/alógico.

en la CONCENTRACION:

-por la palabra, se promueve la percepción de la REALIDAD CONCEPTUAL.

-a través de la imagen, se promueve un NIVEL EMOTIVO.

Dr. Calcaño Eduardo Luis - Apuntes de clase 1991, materia: Propaganda Política - Univ. Del Salvador.

Cuando el destinatario es un ser humano... estamos ante un proceso de comunicación, siempre que la señal no se limite a funcionar como simple estímulo, sino que solicite una respuesta interpretativa del destinatario.

El proceso de comunicación se verifica sólo cuando existe un código. Un código es un sistema de significación que reúne entidades presentes y entidades ausentes. Siempre que una cosa materialmente presente a la percepción del destinatario representa otra cosa a partir de reglas subyacentes, hay significación.

Ahora bien... el acto perceptivo del destinatario y su comportamiento interpretativo no son condiciones necesarias para la relación de significación: basta con que el código establezca una correspondencia válida para cualquier destinatario posible, aún cuando de hecho no exista ni pueda existir destinatario alguno.

Umberto Eco, Tratado de semiótica general, Barcelona, Lumen 1981, pág.35

La cultura es el producto residual de una comunicación entre los hombres, seguida de una cristalización de todo o de parte de los actos de comunicación en soportes materiales que se llaman conservas comunicacionales.

La cultura está por consiguiente ligada a la sedimentación en la memoria, de los actos, de los estímulos o de los mensajes que han penetrado en el entorno.

Abraham Moles y otros, La comunicación y los mass-media, Bilbao, Mensajeros, 1971.

La significación esencial de la cultura consiste, según las palabras de Santo Tomás de Aquino, en el hecho de ser una característica de la vida humana como tal. El hombre vive una vida verdaderamente humana gracias a la cultura.

(...) El hombre, que, en el mundo visible, es el único sujeto óntico de la cultura, es también su único objeto y su término. La cultura es aquello a través de lo cual el hombre, en cuanto hombre, se hace más hombre, "es" más, accede más al "ser". En esto encuentra también su fundamento la distinción capital entre lo que el hombre es y lo que tiene, entre el ser y el tener. (...)

Juan Pablo II. Discurso a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), 2/6/1980.